

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN
KONSUMEN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE PADA APLIKASI
LAZADA**

SKRIPSI



Nama : Ryan Saifulloh

Nim : 43118010028

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2022

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN
KONSUMEN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE PADA APLIKASI
LAZADA**

(Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta)



Nama : Ryan Saifulloh

Nim : 43118010028

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ryan Saifulloh

Nim : 43118010028

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa sripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 Agustus 2022

UNIVERSI
MERCU BUANA



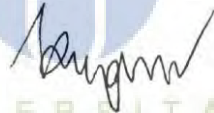
Ryan Saifulloh
Nim : 43118010028

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ryan Saifulloh
Nim : 43118010028
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Konsumen Dan
Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online
Pada Aplikasi Lazada
Tanggal lulus ujian : 28 Oktober 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Priyono, SE., ME

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Ketua Program Studi S1



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA
11221887



Please Scan
QRCode to
Verify

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepercayaan Konsumen dan harga terhadap Keputusan Pembelian produk secara online pada aplikasi Lazada” Seminar Proposal ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia, dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Priyono, SE, ME selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis dalam kesempatan kali ini mengucapkan Alhamdulillah atas Hidayah dan Inayah-Nya sehingga skripsi ini dapat selesai, dan penulis haturkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. Andi Adriansyah, M.Eng ., Selaku Rektor Universitas MercuBuana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si ., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Priyono, SE, ME., Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah

memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

5. Bapak Endi Rekarti, Dr. SE., selaku dosen mata kuliah Metodologi Penelitian pemasaran yang telah memberikan saran, pengetahuan, dan bimbingan bermanfaat tentang penyusunan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen di FEB universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak Ibu.
7. Seluruh bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis berkuliah.
8. Teristimewa keluarga tercinta saya yaitu kedua orang tua ayah Giyanto dan ibu Sri Mulyati yang tidak pernah berhenti memberikan doa, motivasi, dukungan moral dan material kepada penulis, serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Pasangan saya Rizka Irawati yang sudah mendukung dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini
10. Seluruh teman saya yang telah mendukung penyusunan skripsi ini yang sudah membantu dalam memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini. Semoga kami semua bisa mewujudkan seluruh impian kami. Aamiin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh

karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 11 Agustus 2022



Ryan saifulloh



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A .Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Keputusan Pembelian	12
a. Definisi Keputusan Pembelian	12
b. Proses Pengambil Keputusan	13
c. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	14
d. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	16
2. Kualitas Pelayanan	16
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	16
b. Manfaat Kualitas Pelayanan	18
c. Dimensi Kualitas Pelayanan	19
d. Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan	20
3. Kepercayaan Konsumen	21
a. Pengertian Kepercayaan Konsumen	21

b. Manfaat Kepercayaan	24
c. Dimensi dan Indikator Kepercayaan Konsumen	24
d. Faktor-Faktor Kepercayaan Konsumen	26
4. Harga	26
a. Pengertian Definisi Harga	26
b. Tujuan Penetapan Harga	27
c. Dimensi dan Indikator Harga	29
d. Faktor-Faktor Harga	31
5. Penelitian Terdahulu	32
6. Kerangka Konseptual	39
B. Pengembangan Hipotesis	40
1. Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	40
2. Hubungan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	41
3. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
1. Waktu Penelitian	43
2. Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian	43
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	44
1. Definisi Variabel	44
2. Operasionalisasi Variabel	45
D. Skala Pengukuran Variabel	47
E. Populasi dan Sampel	47
1. Populasi	47
2. Sampel	48
F. Teknik Pengumpulan Data	49
1. Angket atau Kuesioner	49
2. Metode Dokumentasi	50
3. Studi Pustaka	50
G. Metode Analisis Data	50
1. Statistik Deskriptif	50
2. Pengujian Instrumen Data	51

a. Validitas Alat Ukur	51
b. Uji Reliabilitas	52
c. Uji Asumsi Klasik	53
d. Uji Normalitas	53
e. Uji Multikolinearitas	54
f. Uji Heteroskedastisitas	54
g. Uji Regresi Berganda	55
h. Uji Hipotesis	56
1. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)	56
2. Uji Simultan (Uji-f).....	56
3. Uji Koefisien Determinasi (R2)	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Gambaran Umum Perusahaan Lazada	58
1. Visi Misi.....	59
2. Struktur Organisasi.....	60
B. Hasil Penelitian.....	60
1. Karakteristik Responden	60
2. Analisis Deskriptif	62
3. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	68
4. Analisa Data	74
C. Pembahasan.....	85
1. Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Lazada	85
2. Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Lazada	86
3. Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Lazada	87
BAB V PENUTUP.....	89
A. Simpulan.....	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Pra-Survey.....	9
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1. Variabel, Dimensi dan Indikator	45
Tabel 3. 2. Instrument Skala Likert.....	47
Tabel 3. 3. Analisis Deskriptif.....	52
Tabel 4. 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	60
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Toko Online Lazada	62
Tabel 4. 4. Kategori Skala.....	63
Tabel 4. 5. Analisis Deskriptif Kualitas Layanan	63
Tabel 4. 6. Analisis Deskriptif Kepercayaan Konsumen	64
Tabel 4. 7. Analisis Deskriptif Harga.....	66
Tabel 4. 8. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	67
Tabel 4. 9. Uji Validitas Kualitas Layanan.....	69
Tabel 4. 10. Uji Validitas Kepercayaan Konsumen.....	70
Tabel 4. 11. Uji Validitas Harga.....	70
Tabel 4. 12. Uji Validitas Keputusan Pembelian	71
Tabel 4. 13. Uji Reliabilitas Kualitas Layanan	72
Tabel 4. 14. Uji Reliabilitas Kepercayaan Konsumen.....	73
Tabel 4. 15. Uji Reliabilitas Harga.....	73
Tabel 4. 16. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	74
Tabel 4. 17. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	75
Tabel 4. 18. Hasil Uji Multikolinieritas	76
Tabel 4. 19. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
Tabel 4. 20. Hasil Uji T	80
Tabel 4. 21. Hasil Uji F	81
Tabel 4. 22. Koefisien Determinasi R^2	83
Tabel 4. 23. Hasil Uji Hipotesis.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Kuartal III/2019.....	3
Gambar 1. 2. Kuartal III/2020.....	4
Gambar 1. 3. Kuartal III/2021.....	5
Gambar 1. 4. Kuartal I/2022.....	6
Gambar 2. 1. Rangka Pemikira.....	40
Gambar 4. 1. Struktur Organisasi Perusahaan Lazada/2015.....	60
Gambar 4. 2. Hasil Uji Normalitas.....	75
Gambar 4. 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

KUISIONER PENELITIAN.....	100
UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS LAYANAN.....	104
UJI REABILITAS VARIABEL KEPERCAYAAN KONSUMEN.....	105
UJI VALIDITAS KEPERCAYAAN KONSUMEN.....	106
UJI REABILITAS KEPERCAYAAN KONSUMEN.....	107
UJI VALIDITAS HARGA.....	108
UJI REABILITAS HARGA.....	109
UJI VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	110
UJI REABILITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	111
UJI NORMALITAS.....	112
UJI MULTIKOL.....	113
UJI HETEROS.....	114
UJI REGRESI BERGANDA.....	115
UJI T.....	116
UJI F.....	117
KOEFISIEN DETERMINASI.....	118